APRIL/MAY 2023

CABA23A/FABA23A — CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT

Time : Three hours Maximum : 75 marks

Thiruvannamalai Pin: 606 603. Library

SECTION A — (10 × 2 = 20 marks)

Answer ALL questions.

1. Define Customer Relationship Management.

   வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையை வரையறுக்கவும்.

2. State two objectives of Customer Relationship Management.

   வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் இரண்டு நோக்கங்களைக் கூறுக.

3. Explain customer satisfaction with example.

   வாடிக்கையாளர் திருப்தியை உதாரணத்துடன் விளக்குங்கள்.

4. Write any two principles of CRM.

   வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் ஏதேனும் இரண்டு தத்துவங்களை எழுதுக.

20. Explain the guidelines for successful CRM implementation.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையினை வெற்றிகரமாக செயல்படுத்தலுக்குரிய வழிகாட்டுதல்களை விவரி.

SECTION B — (5 × 5 = 25 marks)

Answer ALL questions.

11. (a) Discuss the advantage and limitation of direct marketing.

நேரடி சந்தைப்படுத்தலின் நன்மை மற்றும் வரம்பு பற்றி விவாதிக்கவும்.

Or

(b) Differentiate between direct marketing and conventional marketing.

நேரடி சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வழக்கமான சந்தைப்படுத்தல் ஆகியவற்றை வேறுபடுத்துங்கள்.

12. (a) What are the benefits of Customer Relationship Management?

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் நன்மைகள் யாவை?

Or

(b) Explain in detail the C's of Customer Relationship Management Process in significance to retailing sector.

சில்லறை விற்பனைத்துறையின் முக்கியத்துவம் வாய்ந்த வாடிக்கையாளர் உறவுமேலாண்மை செயல்முறையின் C களை விரிவாக விளக்குங்கள்.

Shanmuga Industries and Science College (Co-Ed.) Tiruvannamalai. Pin: 606 603.

13. (a) List the types of CRM program.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் வகைகளை விளக்குங்கள்.

Or

(b) Discuss the effective use of Customer Relationship Management.

வாடிக்கையாளர் உறவுமேலாண்மையின் பயனுள்ள பயன்பாட்டைப் பற்றி விவாதிக்கவும்.

14. (a) What are the essentials of Relationship marketing?

வாடிக்கையாளர் உறவு சந்தையிடுகையின் தேவைகள் யாவை?

Or

(b) Examine six market framework of relationship marketing.

வாடிக்கையாளர் உறவு சந்தையிடுகையின் ஆறு சந்தை கட்டமைப்புகளை ஆய்வு செய்க.

15. (a) List the emerging trends in CRM technology.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை தொழில்நுட்பத்தின் வளர்ந்து வரும் போக்குகளைப் பட்டியலிடுக.

Or

Annamalai Industries Arts and Science College (Co-Ed.) Library Tiruvannamalai. Pin: 606 603.

(b) Identify few CRM software packages.

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் மென்பொருள் தொகுப்புகளை காண்க.

SECTION C — (3 × 10 = 30 marks)

Answer any THREE questions.

16. List 10 reasons for adapting and implementing the Customer Relationship Management system.

வாடிக்கையாளர் உறவுமேலாண்மை அமைப்பை மாற்றியமைத்து செயல்படுத்துவதற்கான காரணங்களை பட்டியலிடவும். 10

17. Explain in detail about customer learning relationship.

வாடிக்கையாளர் கற்பில் உறவுகள் பற்றி விரிவாக விளக்கவும்.

18. Explain the components of CRM.

வாடிக்கையாளர் உறவுமுறையின் கூறுகளை விவாதி.

19. Discuss relationship marketing and CRM process.

உறவு சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மை நிலைகளை விவாதி.

5. Define strategy.

உத்தி வரையறுக.

6. What are the force driving Customer Relationship Management?

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையை இயக்கும் சக்தி என்ன?

7. Explain the concept of Relationship marketing.

உறவுச்சந்தைப்படுத்தல் என்ற கருத்தை விளக்குங்கள்.

8. What is the primary goal of customer relationship management?

வாடிக்கையாளர் உறவு மேலாண்மையின் முதன்மை இலக்கு என்ன?

9. Define Electronic -Customer Relationship Management.

மின்னணு – வாடிக்கையாளர் உறவுமேலாண்மையை வரையறுக்கவும்.

10. List 5 Customer Relationship Management Tools.

5 வாடிக்கையாளர் உறவுமேலாண்மை கருவிகளை பட்டியலிடுங்கள்.

Tiruvannamalai.
Pin: 606 603.